

Детали одной машины

**Анастасия Комарова,
Директор
«Умного Рекламного Агентства»,
г. Москва**



Основной персонал ВТЛ агентства – промоперсонал. Промоутеры, супервайзеры, аниматоры и так далее. Мы постоянно их обсуждаем: где искать, как выбрать лучших, чем мотивировать, как контролировать, штрафовать или премировать. Достаточно редко мы вспоминаем, что успех наших проектов, и агентства в целом зависит также, а если быть более честные в большей степени, от штатного персонала. Кто должен быть в штате ВТЛ агентства с момента его открытия? И кого стоит привлечь, если появилась возможность расширения?

В первую очередь, у агентства должен быть

руководитель. Лучше, если на первых порах руководством и продвижением будет заниматься непосредственный владелец, а не наемный сотрудник. Почему? Большая заинтересованность владельца в быстрой раскрутке агентства и выводе его «в плюс» перевешивает все аргументы в пользу грамотного, опытного, образованного и прочее наемного управляющего. Каким бы золотым он не был – это не его бизнес, и даже если его доход зависит от процентов – его личные интересы будут выше ваших корпоративных.

Далее account – менеджеры. Почему именно они, а не project? Потому что, чтобы у project-менеджеров была работа

(реализация проектов), account – менеджеры, должны ее для них найти (поиск и работа с клиентами). Account – менеджеров никогда нельзя держать на окладе. Только %, иначе не будет мотивации работать. Не принуждайте «продавцов» к строгому графику, не обязывайте сидеть в офисе. Хорошие account – менеджеры – это волки, которых кормят ноги. Сократите количество необходимых собраний с их участием до необходимого минимума – задерживая их на собраниях, вы воруете их деньги, которые они должны и хотят зарабатывать в это время. Нужно брать на эту должность только опытных продавцов, желательно с опытом продаж в сфере услуг, с опытом работы с корпоративными клиентами, в том числе крупными корпорациями и большими

бюджетами.

Project-менеджеры. На первых порах они же и отдел поиска персонала. В дальнейшем, для поиска персонала лучше нанять отдельного сотрудника. Project – менеджер полностью ведет реализацию btl проектов от расставления промоутеров по точкам и координации персонала в полях до сведения учета оборудования и расходников и расчета зар. платы всему персоналу, работающему на акциях. Отчитывается project-менеджер account-менеджеру ведущему клиента. Account-менеджер ведет отчет перед клиентом.

Система коммуникаций между отделами и сотрудниками в агентстве должна быть отлажена и понятна каждому сотруднику. Любое недопонимание (кто перед кем отчитывается, кто

“Система коммуникаций между отделами и сотрудниками в агентстве должна быть отлажена и понятна каждому сотруднику“.

за что несет ответственность) приводит к неприятным результатам, вплоть до срыва проекта и испорченных отношений с клиентом (например: project менеджер сказал account-у, что точка стартовала, а после, супервайзер позвонил представителю клиента и сказал что есть проблема со входом в точку).

Конечно, ни одно агентство не может обойтись без бухгалтера. Но, если вы на упрощенке, и бухгалтерии, на первых порах, не так много – вы можете сэкономить и обратиться в компанию ведущую бухгалтерию и налоговый учет на аутсорсинге.

Также, не стоит брать в штат, а лучше найти на фрилансе – дизайнера и копирайтера. Не пожалейте времени на то, чтобы найти хороших специалистов по обоим

направлениям. Их работа будет обходиться вам в копейки, но на эффективности это здорово отразится и клиенты будут вас ценить и уважать. Дизайнеры и копирайтеры не обязательно могут быть из вашего региона, но лучше выбирать тех, кто живет в приблизительно равных с вами условиях и понимают менталитет того места, для жителей которого ими будет разрабатываться реклама. Для копирайтеров главное условие – грамотность. Проверяйте сразу!

А теперь, главное правило – касающееся всех и каждого сотрудника в отдельности. В первую очередь – Вас.

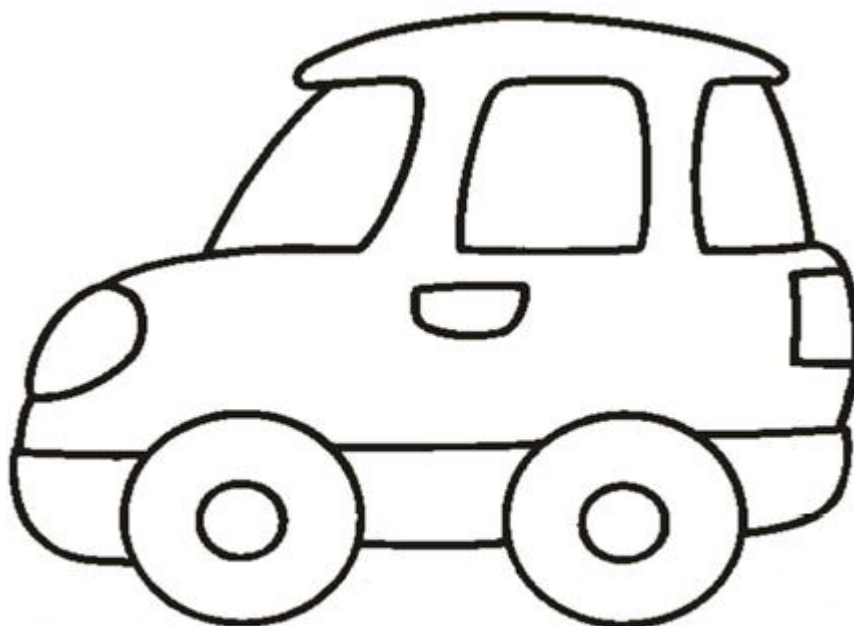
Каждый сотрудник должен понимать, что агентство – это машинка, каждой деталью которой является сотрудник агентства. Кто-то сочетает в себе сразу две детали – если выполняет две, различные

“Каждый сотрудник должен понимать, что агентство – это машинка, каждой деталью которой является сотрудник агентства“.

функции. Агентство не может функционировать и приносить прибыль, если кто-то из сотрудников не работает так, как требуется – так же как машинка не может нормально ехать, если одна или несколько деталей постоянно ломаются. Чтобы агентство бралось только за интересную работу и приносило хорошую прибыль, все сотрудники должны работать как единый сплоченный коллектив. Ваши

сотрудники обязательно должны понимать, что именно от них зависит прибыль агентства, а от прибыли – их зарплата. Для этого вы должны сделать прозрачную и понятную всем систему ценообразования и распределения бюджета, а также создать систему материальной мотивации в %-ах от заработанной прибыли.

А дальше, TOP-SECRET: информация только для владельцев агентств...



Часто мы ставим человечность выше предпринимателя, внутри себя: «Как уволить хренового сотрудника? У него же семья, кредиты, ипотека...»

Запомните, ваше агентство – это ваша машинка. Если какая-то деталь в ней сломалась – машина не поедет. Как ни жалей ее целиком и сломанную деталь в частности – она не поедет. У вас есть два варианта – починить сломанную деталь или выкинуть и купить новую. На первый раз, всегда легче починить. Если она ломается

снова и снова – не надо. Скупой платит дважды. Выбросите ее и купите (наймите, в нашем случае) новую. Не дожидайтесь, пока она подведет вас в самый неудачный момент. Если вы понимаете, что деталь была бракованной изначально, или вам подсунули китайскую подделку вместо оригинала – вы знаете что делать. Не надо жалеть – выкиньте и купите хорошую. Сейчас ведь зима, на дорогах скользко, предновогодних проектов много, вы ведь не хотите попасть в аварию?



Умное Рекламное Агентство

Более 100 филиалов и партнерских агентств в более чем 75 городах РФ

**BTL, Event,
креатив,
реклама в сми,
полиграфия, postm, pr
audio/video/photo - production**

Наши контакты:
info@cleverra.ru
www.cleverra.ru
8-903-13-14-789